

# Internationales Management

## Allgemeine Angaben

<b>Kürzel</b>	M_INTM
<b>Modulverantwortliche</b>	Prof. Dr. Bergsiek
<b>Dozenten</b>	Prof. Dr. Bergsiek, Prof. Dr. Heuser, Prof. Dr. Peters, Prof. Dr. Röchter, Herr Hruby
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch
<b>Semester</b>	3
<b>ECTS-Punkte</b>	5
<b>Kontaktstunden</b>	40
<b>Selbststudium</b>	85
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Art</b>	Pflicht
<b>Häufigkeit</b>	jedes Studienjahr
<b>Gewichtung</b>	5/120
<b>Prüfungsleistung</b>	KS90

## Stichwörter

- Globalisierung
- Marktanalyse
- Markteintrittsstrategien
- Kultur
- Interkulturelle Kommunikation
- Internationale Supply Chains

## Zugangsvoraussetzungen

- Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, die in den Bachelorstudiengängen erworben werden. Zusätzlich das Modul Strategieentwicklung und -implementierung.

## Verwendbarkeit

- Verwendbar für Modul Seminar zu ausgewählten Forschungsthemen. Zusätzlich für Master-Thesis und ggf. weiterführende Arbeiten Richtung Promotion und/oder in Forschungsprojekten.

## Qualifikations- und Kompetenzziele

Die Studierenden sind in der Lage, internationale Unternehmensstrategien zu differenzieren und Grundlagen der Koordination und Führung global ausgerichteter Wirtschaftsaktivitäten zu erfassen. Sie verstehen die Konzepte der Wettbewerbsvorteile und können sie anwenden. Zur Marktanalyse sind sie mit den Methoden der Marktforschung vertraut und können Methoden zur Auswahl von Ländermärkten umsetzen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die verschiedenen Alternativen des Markteintritts und der Marktbearbeitung unterscheiden zu können, um Strategien für den Ausbau der internationalen Aktivitäten abzuleiten und wirkungsvoll zu gestalten.

Weiter verfügen die Studierenden über grundlegendes Wissen zum Einfluss der Kultur auf das menschliche Denken und Verhalten. Ausgangspunkt ist die Sensibilisierung für die eigene kulturelle Prägung, die es den Studierenden ermöglicht, ihr eigenes Verhalten im interkulturellen Kontext zu analysieren und zu reflektieren. Die Studierenden besitzen Wissen über die Unterschiede zwischen den Kulturen verschiedener Länder, wobei ausgewählte Landeskulturen vertieft behandelt werden. Sie erkennen, wie sich kulturelle Einflüsse im verbalen und nonverbalen Kommunikationsverhalten bemerkbar machen und inwieweit diese Unterschiede in verschiedenen Situationen berücksichtigt werden müssen. Die Behandlung von ethischen Fragestellungen im interkulturellen Vergleich (mit Schwerpunkt auf Umweltaspekten und den Folgen der Globalisierung) befähigen die Studierenden, ein kritisches Verständnis zu erlangen, dieses Wissen anzuwenden und eigene Problemlösungen zu kreieren.

Zusätzlich können sie die Performance internationaler Supply Chain Systeme bewerten und dieses Wissen auf die Gestaltung von Supply Chain Strukturen und Prozessen in ihrem beruflichen Umfeld anwenden. Darüber hinaus können sie deren Bedeutung für die Konzeption und das

Zusammenwirken in international agierenden Unternehmensnetzwerken beurteilen und lernen den Umgang mit den Herausforderungen für internationale Teams und internationales HR-Management sowie die Sachverhalte zu interpretieren und in eigener Kompetenz einzusetzen.

## Lehr- und Lernmethoden

Vorlesung verbunden mit Diskussionen, Übungen, Fallstudien

## Inhalte

1. Internationale Unternehmensstrategie
  - 1.1 Einführung in das strategische internationale Management
  - 1.2 Marktanalyse zur Bestimmung der Wettbewerbsposition
  - 1.3 „Going International“ – Markteintrittsstrategien
2. Geschäftstätigkeit im interkulturellen Umfeld
  - 2.1 Grundlagen zu Kultur
  - 2.2 Kultur und Kommunikation
3. Management internationaler Aktivitäten
  - 3.1 Internationale Koordination
  - 3.2 Design internationaler Supply Chains
  - 3.3 Netzwerk-Management
  - 3.4 Internationales HR-Management

## Grundlegende Literaturhinweise

SURE, M., 2017. *Internationales Management - Grundlagen, Strategien und Konzepte*.

Wiesbaden: Springer Gabler Verlag

PERLITZ, M., SCHRANK, M., 2013. *Internationales Management*. Konstanz: UVK

Verlagsgesellschaft mbH

## Ergänzende Literaturempfehlungen

BERGEMANN, N./SOURISSEAU, A. L. J. (Hrsg.), 2013. *Interkulturelles Management*.

Berlin/Heidelberg: Springer Verlag

DOWLING, P. J./FESTING, M./ENGLE, A. D., 2017. *International Human Resource*

*Management*. Australia: Cengage Learning EMEA